

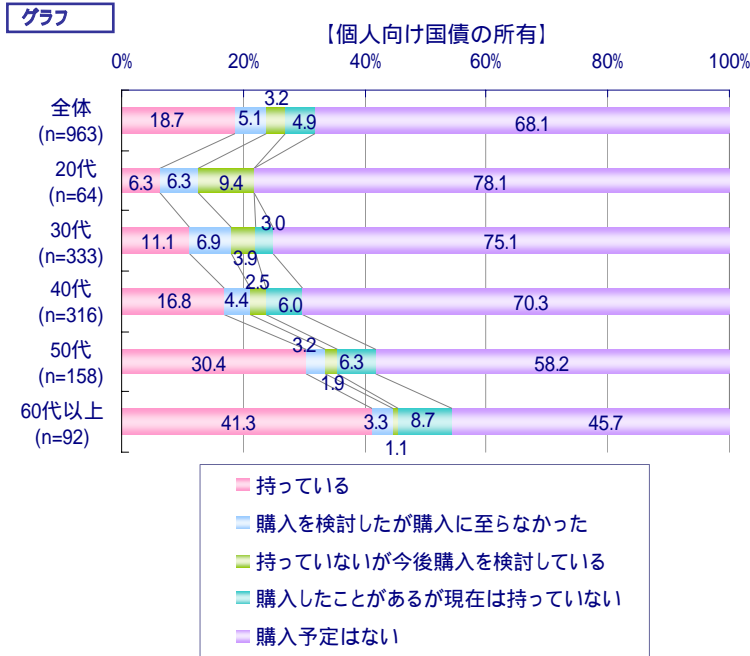


全国の既婚女性963人に、個人向け国債について聞いた。

## 個人向け国債の所有は、18.7%

個人向け国債の所有について聞いたところ、「所有している」のは18.7%。最も多かったのは、「購入予定はない」で68.1%と約7割を占める。

年代別を見ると、「所有している」は、年代が上がるにつれ多くなり、20代は6.3%と1割を切るが、50代は約3割、60代以上では約4割と増えている。(グラフ)



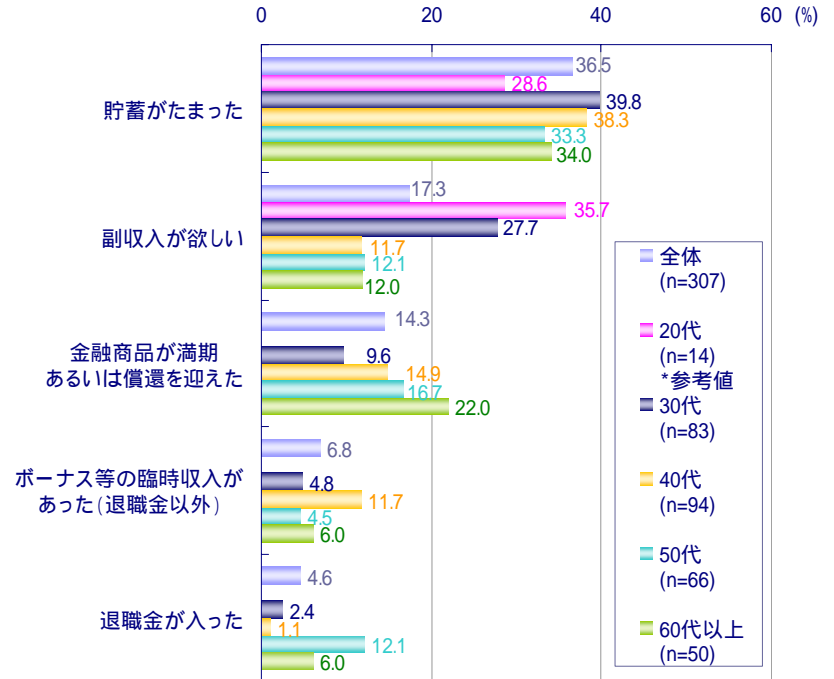
## 個人向け国債を購入・検討したきっかけは、「貯蓄がたまった」で36.5%

個人向け国債を購入・検討したきっかけのトップは、「貯蓄がたまった」36.5%、次いで「副収入が欲しい」17.3%、「金融商品が満期あるいは償還を迎えた」14.3%と続く。

年代別で見て多かったのは、30代は「貯蓄がたまった」、40代では「ボーナス等の臨時収入があった」が他の年代より多く、50代では「退職金が入った」、60代以上は、「金融商品が満期あるいは償還を迎えた」を挙げた人が目立った。(グラフ)

**グラフ**

【購入・検討したきっかけ】(複数回答) 上位5位  
(個人向け国債を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)



### <回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6%、30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳  
居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%  
働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%  
子供の有無: 子供あり 73.3%、子供なし 26.7%

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

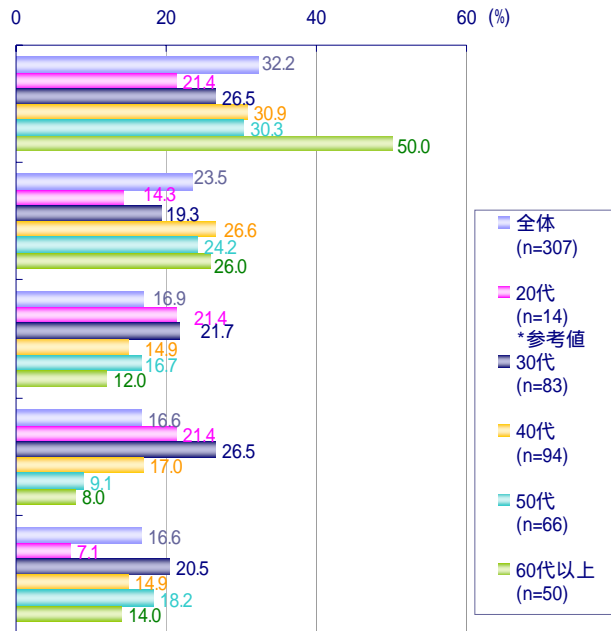


## 購入・検討の際に参考にしたもののトップは、「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」32.2%

購入・検討の際に参考にしたもののトップは、「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」32.2%。次いで、「新聞の広告や記事」23.5%、「マネー雑誌の広告や記事」16.9%と続く。  
年代別の特徴としては、30代は「インターネットの情報サイト」が多く、60代以上は「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」が非常に多く50%となっていた。(グラフ)

グラフ

【購入・検討の際に参考にしたもの】(複数回答) 上位5位  
(個人向け国債を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)

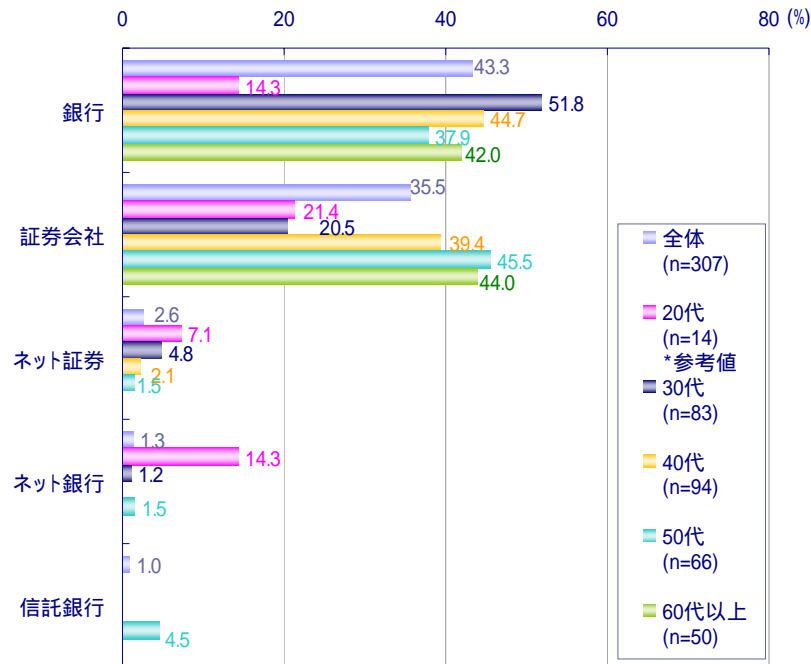


## どこで購入したかは、「銀行」が43.3%

どこで購入したかについては、「銀行」がトップで43.3%。次いで「証券会社」35.5%、「ネット証券」2.6%と続く。  
年代別で見ると、30代で多かったのは「銀行」、50代・60代以上は「銀行」よりも「証券会社」が多い結果となった。(グラフ)

グラフ

【どこで購入したか・購入しようと思ったか】(複数回答) 上位5位  
(個人向け国債を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)



**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

### <回答者プロフィール>

年齢:20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳  
居住地:北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%  
働き方:専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%  
子供の有無:子供あり 73.3% 子供なし 26.7%



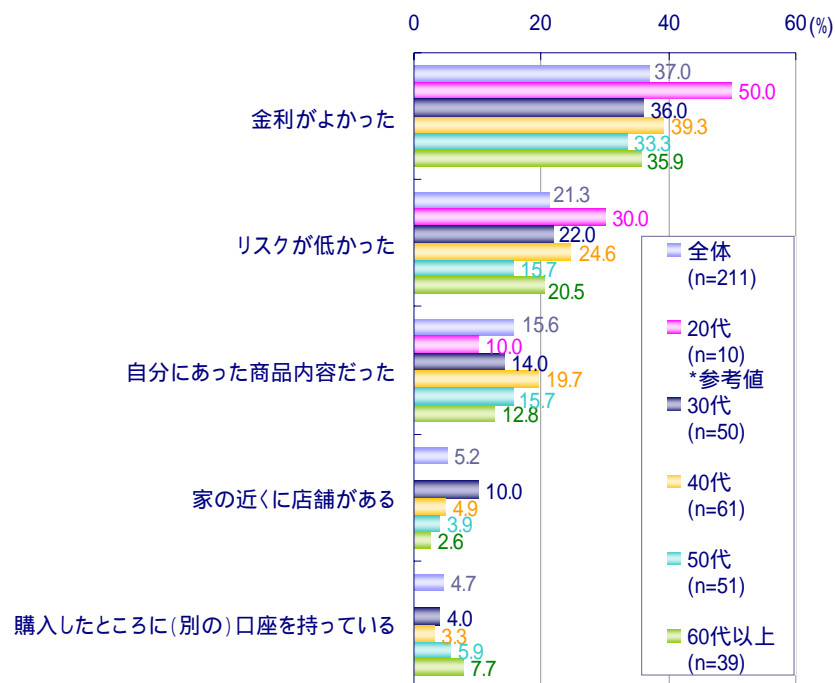
## 購入の決め手は、「金利がよかった」で37.0%

購入の決め手については、「金利がよかった」がトップで37.0%。次いで、「リスクが低かった」21.3%、「自分にあった商品内容だった」15.6%と続く。

年代別での特徴は、「家の近くに店舗がある」は30代が他の年代より多く、「金利がよかった」「リスクが低かった」「自分にあった商品内容だった」は、40代が多かった。(グラフ)

グラフ

【購入の決め手】(複数回答) 上位5位  
(個人向け国債所有している・購入を検討していると回答した人のみ)

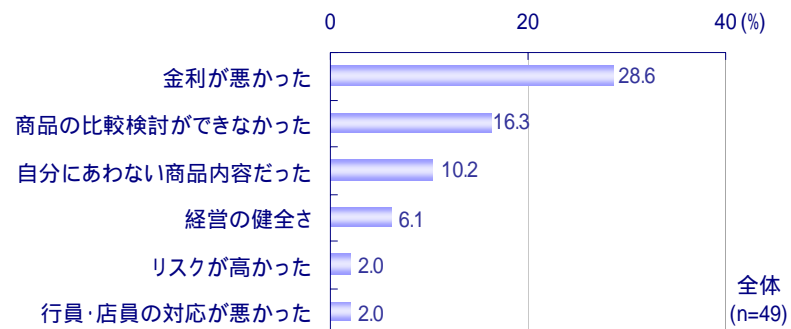


## 購入にいたらなかった理由のトップは、「金利が悪かった」28.6%

購入にいたらなかった理由としては、「金利が悪かった」28.6%がトップ。次いで、「商品の比較検討ができなかった」16.3%、「自分にあわない商品内容だった」10.2%と続く。(グラフ)

グラフ

【個人向け国債の購入にいたらなかった理由】(複数回答) 上位5位  
(購入を検討したが、購入にいたらなかったと回答した人のみ)



**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

### <回答者プロフィール>

年齢:20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳  
居住地:北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、  
近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%  
働き方:専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%  
子供の有無:子供あり 73.3% 子供なし 26.7%



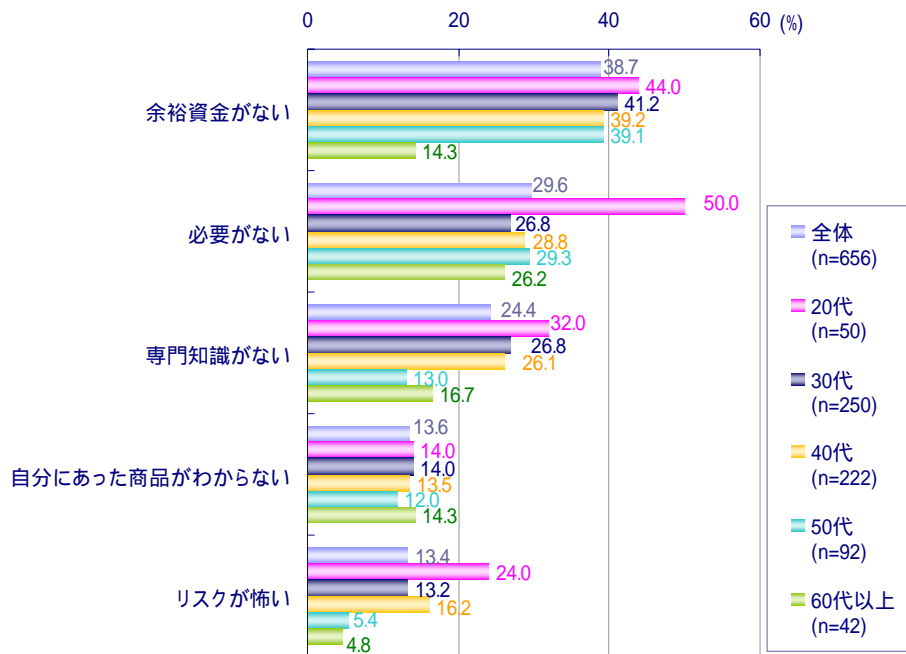
## 個人向け国債を購入しない理由のトップは、「余裕資金がない」で38.7%

個人向け国債を購入しない理由については、「余裕資金がない」がトップで38.7%。次いで、「必要がない」29.6%、「専門知識がない」24.4%と続く。

年代別では、20代は「自分にあった商品がわからない」以外の項目が、他の年代よりも高いポイントとなっている。また、30代・40代は「余裕資金がない」「必要がない」がやや高めであった。(グラフ)

グラフ

【個人向け国債を購入しない理由】(複数回答) 上位5位  
(購入予定はないと回答した人のみ)



### <回答者プロフィール>

年齢:20代 6.6%、30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳  
居住地:北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、  
近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%  
働き方:専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%  
子供の有無:子供あり 73.3%、子供なし 26.7%

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430